

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

Ministerio de Minas y Energía
PEC 2016 – 2017

GRUPO DE COMUNICACIONES Y PRENSA

INTRODUCCIÓN



1. INTRODUCCIÓN

La comunicación pública o institucional está conformada por los canales y las herramientas necesarias para transmitir y recibir información relativa a la gestión pública, con destino a la ciudadanía en general y generar opinión y contacto con las instituciones públicas. Su importancia ha escalado gracias en la última década teniendo en cuenta los costos que genera en la administración pública el acto de comunicar o no, y obedeciendo a los parámetros de eficiencia, transparencia y equidad adoptados por los gobiernos democráticos que entienden el derecho de los ciudadanos a ser informados y a expresar su opinión libremente.

La potencial falta de credibilidad de los ciudadanos en sus gobiernos y de confianza en sus entidades públicas, así como el nuevo orden de la tecnología, exige a las instituciones públicas preocuparse por la adecuada manera de comunicar la gestión y lograr acercamiento con la ciudadanía. Allí se encuentra

la relación entre política y comunicación. Por eso los organismos públicos han incorporado la comunicación a sus funciones como parte de las labores necesarias y prioritarias, creando incluso una oficina específica para el desarrollo de las actividades informativas.

La comunicación en la administración pública debe responder a la necesidad de cumplir y satisfacer el derecho

La comunicación en la administración pública debe responder a la necesidad de cumplir y satisfacer el derecho de los ciudadanos a ser informados pero también a la de informar la gestión

de los ciudadanos a ser informados pero también a la de informar la gestión, de esa manera se acerca la administración pública a la sociedad. La comunicación institucional es el vehículo por medio del cual se transmite lo que se quiere informar y debe ser integral por cuanto supone un proceso circular con retroalimentación.

La comunicación es una herramienta estratégica frente a la necesidad de devolver esa confianza y credibilidad

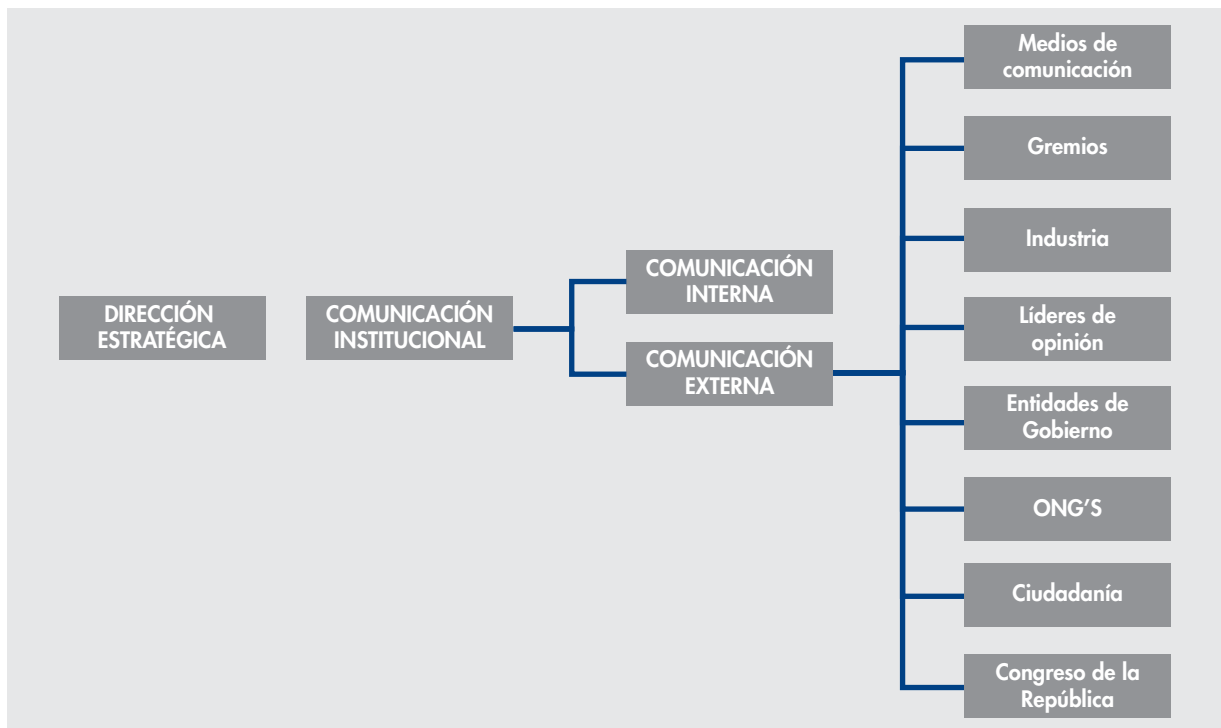
en los gobiernos, en medio de las políticas de transparencia y gobernabilidad que proponen los estados al reconocer clave la necesidad de restaurar tales valores. El éxito del servicio de información dependerá del

grado de implicación que asuman los responsables para hacer efectiva la comunicación.

El siguiente esquema representa las dimensiones que desarrolla el servicio de comunicacio-

nes del Ministerio de Minas y Energía para ser prestado de manera integral y por medio de las cuales se abarcan cada una de las necesidades de comunicación de la entidad.

DIMENSIONES DE LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN EL MINISTERIO DE MINAS Y ENERGÍA



Fuente:

A continuación una definición de cada una de estas dimensiones:

1.1. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

Debe desarrollar la comunicación estratégica y gestionar la comunicación frente a las crisis, asimismo define el Plan Estratégico de Comunicación desde la perspectiva global y transversal; es decir, construye los mensajes y el discurso institucional sobre la gestión del Ministerio a transmitir a la ciudadanía.

En el Asesor de Comunicaciones recae la responsabilidad del direccionamiento estratégico que investiga y analiza el entorno noticioso y coyuntural relativo al sector minero energético para diseñar y planificar la estrategia de comunicación según las necesidades específicas; en ella define la imagen a

proyectar sobre el Ministerio y sus voceros, y asume la función de puente de comunicación entre la sociedad y los mismos.

Asimismo, el Asesor de Comunicaciones anticipará en la estrategia de comunicaciones, la respuesta y/o solución institucional ante las situaciones adversas.

1.2. COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Está dividida en comunicación interna y externa, y reúne todas las acciones de comunicación encaminadas a transmitir mensajes de interés a los públicos internos y externos de la entidad.

> **La comunicación interna:** Sus objetivos están relacionados con transmitir información

útil para facilitar el trabajo en la entidad generando una cultura del buen manejo de la comunicación e información, y por esa vía mejorar el ambiente laboral, generar espacios de retroalimentación en la comunicación e incentivar el conocimiento de la visión y misión del Ministerio entre sus funcionarios.

- > **La comunicación externa:** se gestiona por medio del relacionamiento con los medios y otros públicos de interés, para lo cual identifica y elabora acciones de divulgación sobre la gestión de la entidad con el fin de difundir información para explicar las políticas públicas del sector minero energético, rendir cuentas a la comunidad y hacer pedagogía sobre temas específicos así como para aprovechar las oportunidades de comunicación efectiva para los acontecimientos y proyectos institucionales, y para dar respuesta a los medios de comunicación y gestionar la relación con ellos.

ANTECEDENTES



2. ANTECEDENTES

La Resolución Número 40129 del 30 de enero de 2015, del Ministerio de Minas y Energía, conformó la organización de los grupos internos de trabajo de la entidad con el fin de desarrollar eficientemente los objetivos, políticas, planes y programas institucionales y dictó entre otras funciones del Grupo de Comunicación y Prensa, la de asesorar a la alta dirección en la implementación de un plan estratégico de comunicaciones como de la divulgación de la información y la implementación y desarrollo de canales de comunicación.

Este Plan Estratégico de Comunicaciones impacta el objetivo de “Gestión óptima de la información” del Plan Nacional de Desarrollo PND 2014-2018 denominado “Todos por un Nuevo País”, el cual es fundamental para una gestión transparente de cara a la ciudadanía y el cual fue constituido sobre los pilares de Paz, Equidad y Educación. Con ello, el Gobierno busca construir una paz

sostenible bajo un enfoque de goce efectivo de derechos; contempla una visión de desarrollo humano integral en una sociedad con oportunidades para todos y asume la educación como el más poderoso instrumento de igualdad social.

El PND 2014-2018 cuenta con estrategias transversales y regionales que buscan consolidar sus pilares, como la de Buen Gobierno que está orientada a “garantizar la configuración y consolidación de un Estado moderno, más transparente, eficiente, y eficaz” para lo cual resulta de primera necesidad la puesta en marcha de estrategias de comunicación que logren mostrar de manera eficiente y transparente la gestión pública, así como planeadas para generar credibilidad en los públicos de interés de las entidades.

El Gobierno Nacional además tiene dentro de sus objetivos “consolidar el desarrollo minero energético para la equidad regional” y uno de los enfoques del sector es ser motor generador de parte de los recursos que apalancan los proyectos para el

El Grupo de Comunicación y Prensa, debe asesorar a la alta dirección en la implementación de un plan estratégico de comunicaciones, divulgar la información e implementar y desarrollar canales de comunicación.

desarrollo y competitividad del país. Esto se consigue a través del aporte al crecimiento económico, al aparato productivo, al empleo rural y a la inversión privada que hace el sector minero energético a los diferentes planes y programas sociales en el ámbito nacional y regional.

De otro lado, el Decreto 0381 de 2012 señala el deber de las instituciones de hacer pública y transparente su gestión en cumplimiento de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública. En ese marco, el Ministerio de Minas y Energía debe realizar diferentes acciones estratégicas para la difusión de la información a los medios de comunicación, utilizando diversos canales de comunicación y nuevas tecnologías para que llegue de manera inmediata a la ciudadanía y partes interesadas, lo que revierte a su vez en la viabilización del ejercicio del control social.

Entre otras cosas y de acuerdo con lo anterior, la circular 9034 del 1 de octubre de 2014 del Ministerio de Minas y Energía señala que en el marco de la Ley 1712 de 2014 “Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del derecho de acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones”, las entidades públicas deben mantener actualizados los portales web, divulgando proactivamente los contenidos a su cargo y respondiendo de buena fe, de manera adecuada, veraz, oportuna y accesible a las solicitudes de la ciudadanía.

Por ello, el Ministerio de Minas y Energía cuenta con un nuevo portal web desde el mes de octubre de 2014, en cumplimiento con las disposiciones del Gobierno Nacio-

nal en cuanto a imagen y lineamientos del Decreto 2693 de 2012 de Gobierno en Línea.

La circular mencionada anteriormente, también señaló responsable al Grupo de Comunicaciones y Prensa de validar la información a publicar de acuerdo con el manual de imagen y estilo de comunicación del Ministerio, para armonizar la información que se entrega a los interesados con los lineamientos del Gobierno Nacional.

Adicionalmente, el Artículo 2° de la Ley 1341 de 2009, dispone en su numeral 8 la masificación de la estrategia Gobierno en Línea con el fin de lograr la prestación de servicios eficientes a los ciudadanos, por lo que las entidades públicas deberán adoptar todas las medidas necesarias para garantizar el máximo aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el desarrollo de sus funciones.

De acuerdo a la Directiva presidencial No. 07 del 10 de febrero de 2011, “las autoridades responsables de ordenar los gastos

de publicidad en las entidades destinatarias de la presente directiva, deberán enviar previamente a la Alta Consejería para las Comunicaciones los términos de las campañas publicitarias que se pretenden adelantar y demás material objeto de publicación o emisión en medios masivos de comunicación, junto con los costos asociados a tales actividades. Lo anterior con el propósito de garantizar la debida coordinación en el manejo de la publicidad en el Gobierno; la optimización en la utilización de los recursos públicos y la uniformidad de criterios frente al manejo de la imagen de las instituciones

El Grupo de Comunicaciones y Prensa debe validar la información a publicar en el portal web de la entidad, de acuerdo con el manual de imagen del Ministerio, según los lineamientos del Gobierno Nacional

que integran la Administración Pública Nacional". En consonancia con tal Directiva, el Gobierno Nacional emitió el 10 de febrero de 2016, la Directiva 01 que conminó a las entidades públicas a llevar a cabo acciones puntuales para desarrollar el Plan de Austeridad 2016 y les impartió instrucciones precisas sobre reducción de gastos en comunicaciones, generales, de nómina y contratación por servicios personales, así como de seguimiento a las medidas de austeridad.

Por medio de la Resolución 3564 del 31 de diciembre del 2015, el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones entrega la reglamentación correspondiente a los estándares para publicar información, publicación de datos abiertos, accesibilidad en medios electrónicos para población en situación de discapacidad, y seguridad que deben atender los medios electrónicos. Dicha Resolución también contiene los anexos "Estándares para publicación y divulgación de información" y "Lineamientos sobre el formulario electrónico para la recepción de solicitudes de información pública". La aplicación de estos lineamientos concierne a las entidades públicas en su responsabilidad y oportunidad para aprovechar al máximo las tecnologías de la información en medio de su funcionamiento y garantizar con ello una prestación eficiente de sus servicios a los ciudadanos; teniendo en cuenta además, el derecho fundamental de acceso a la in-

formación pública que cumple al menos tres funciones dentro del ordenamiento nacional: garantizar la participación democrática y el ejercicio de los derechos políticos y garantiza también la transparencia de la gestión pública.

Por último, la información y la comunicación tienen una dimensión estratégica fundamental por cuanto vincula a la entidad con su entorno y facilita la ejecución de sus operaciones internas, dándole al usuario una participación directa en el logro de los objetivos. Tal concepción está contenida en el Manual

Técnico del Modelo Estándar de Control Interno para el Estado Colombiano, MECI 2014, que rige para todas las entidades que hacen parte del ámbito de aplicación de la Ley 87 de 1993. En su interior, el Manual considera a la información y a la comunicación como factores determinantes, siempre y cuando se involucre a todos los niveles y procesos de la organización en ellas; y concibe que para su desarrollo se deben diseñar políticas, directrices y mecanismos de consecución, captura, procesamiento y generación de datos al interior y en

el entorno de cada entidad, que satisfagan la necesidad de divulgar los resultados, de mostrar mejoras en la gestión administrativa y procurar que la información y la comunicación de la entidad y de cada proceso, sea adecuada a las necesidades específicas de la ciudadanía y de las partes interesadas.

La comunicación tiene una dimensión estratégica fundamental, vincula a la entidad con su entorno y facilita la ejecución de sus operaciones internas, dándole al usuario participación directa en el logro de los objetivos

ANÁLISIS DEL ENTORNO



3. ANÁLISIS DEL ENTORNO

3.1. COYUNTURA NOTICIOSA DEL SECTOR MINERO ENERGÉTICO

El Fenómeno del Niño con mayor fuerza en la historia de Colombia, fue protagonista en la coyuntura energética del país durante los primeros meses del año 2016. En medio de condiciones desfavorables para garantizar el suministro de energía eléctrica a todos los colombianos, debido a los daños en las principales generadoras térmicas y contratiempos inesperados de tipo financiero de las mismas que sumaron al difícil panorama eléctrico, el Gobierno Nacional tomó la decisión de llevar a cabo una campaña de ahorro de energía dirigida a las familias y empresas del país, con el fin de lograr una meta de ahorro que evitara cortes programados de luz eléctrica o en su defecto, el racionamiento.

Tras la salida del (ex) Ministro Tomás González fue nombrada Ministra encargada la (ex) Ministra de Gobierno, doctora María Lorena

Gutiérrez, quien lideró junto con la oficina de la Ministra Consejera de las Comunicaciones de la Presidencia de la República y el Grupo de Comunicaciones y Prensa del Ministerio de Minas y Energía, la campaña denominada “Apagar Paga”, con la cual se buscó alcanzar una meta de ahorro de energía que ahuyentara el fantasma del racionamiento o los cortes programados de energía eléctrica en el país. El 7 de marzo de 2016 fue anunciada la campaña que además promovió una cultura de buen uso de

los recursos entre los ciudadanos, rechazó y denunció el derroche, y prometió a los ciudadanos premiar el ahorro y castigar el gasto reduciendo o aumentando el precio del kilovatio en la factura de energía, según el comportamiento del usuario durante la época de la campaña.

La estrategia de comunicaciones diseñada como base de la iniciativa publicitaria tuvo un componente

emocional y conductual importantes, que consiguieron incentivar el comportamiento de la ciudadanía para reducir el consumo de energía como para denunciar a través de

Con la campaña denominada “Apagar Paga”, se buscó alcanzar una meta de ahorro de energía que ahuyentara el fantasma del racionamiento en el país

línea telefónica y redes sociales, a quienes hacían caso omiso a las recomendaciones de ahorro expedidas por el Gobierno y a través de “Apagar Paga”. El final de la campaña superó las expectativas en tal manera que el Presidente Juan Manuel Santos entregó los resultados en una alocución pública en la que también agradeció a todos los colombianos por haber logrado un ahorro sin precedentes que superó en un 38% el índice de ahorro esperado.

Por su parte, la Ministra encargada pidió a los colombianos ser constantes en la cultura del ahorro de energía y agua de cara a los desafíos del cambio climático y señaló que en adelante el país debía enfrentar un nuevo desafío como el de la interconexión eléctrica latinoamericana.

La opinión en general se mostró a favor de la campaña por cuanto su mensaje frente al buen uso de los recursos naturales y la concientización de la ciudadanía.

“En estos días, no obstante el castigo de las encuestas, el Gobierno Santos dio un ejemplo valioso de cómo manejar las comunicaciones modernas. Nos referimos, claro está, a la exitosa combinación de acción y comunicación, a la unión entre Administración y Ciudadanía, que se dio frente al tema del “apagón”. El saldo pedagógico social es, a no dudarlo, gigantesco. Y debería ser la ruta a seguir. Porque como suele decirse, cuando no se hace política, se la padece” (comentario de El Nuevo Siglo.com, <http://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/4-2016-el-arte-de-gobernar.html>).

No obstante, las críticas frente a las causas de la crisis que enfrentó el sector eléctrico incidieron en la aprobación de la ciudadanía

que enfocó sus inquietudes en temas específicos como el cargo por confiabilidad y venta de Isagen y desvió su atención hacia temas que surgieron en la agenda como la exploración por medio de la técnica de fracking y la aprobación de licencias ambientales en zonas protegidas.

Hasta mediados del mes de abril del 2016, los sondeos ubicaron la gestión del Gobierno Santos con niveles de aceptación entre el 15 y el 25 por ciento, por lo que se espera, teniendo en cuenta la época de formulación de este PEC 2016-2017, que los temas del posconflicto sean centro en los mensajes de Gobierno y teniendo en cuenta el relevo en las carteras ministeriales.

Frente a la llegada del Ministro Germán Arce al Ministerio de Minas y Energía, a finales de abril del mismo año, los medios hicieron mención de su trayectoria y dieron espacio a terceras fuentes que abrieron el debate sobre su conocimiento en materia de energía y necesidad de manejo de la problemática relacionada con la prestación del servicio en la región de la Costa Caribe, específicamente con la

empresa Electricaribe. Las notas registradas sobre el nombramiento de Arce centraron su atención en enunciar los retos de la nueva gestión y la importancia de este ministerio para la estabilidad del país.

Mirando un poco hacia atrás, el entorno del sector minero energético desde el segundo semestre del año 2014, periodo de inicio de la administración del ex Ministro Tomás González, estuvo en cambio signado por la atención que recibió el desarrollo de las industrias extractivas y la importancia que cobró para mantener el financiamiento de

La opinión en general se mostró a favor de la campaña Apagar Paga, por cuanto su mensaje frente al buen uso de los recursos naturales y la concientización de la ciudadanía

los programas y proyectos sociales del país, asimismo por los nuevos escenarios para las regiones productoras de cara al nuevo Sistema General de Regalías y la necesidad de aumentar las reservas petroleras como la producción de hidrocarburos y de minerales. Entre 2014 y 2015 se mostró relevante la necesidad de construcción y mejora de la infraestructura energética para garantizar el suministro de electricidad y ampliar la cobertura de los servicios de energía y gas en el territorio nacional.

La última década se caracterizó por ser una que replanteó el paradigma de la minería, en el escenario social las regiones productoras permanecieron atentas al nuevo Sistema General de Regalías (SGR) y la ciudadanía en general sentó sus expectativas en que la generación de tales ingresos e impuestos sea producto de una actividad que no atente contra el ambiente y la salud humana. Por tales razones, surge para el sector y en particular para el Ministerio de Minas y Energía la necesidad de trabajar por una actividad que sea sostenible, que lleve progreso a las regiones y que tenga instituciones fuertes y legítimas que la respalden y regulen.

Por eso, desde el 2015 el Viceministerio de Minas recogió y compiló las diferentes políticas y lineamientos de política existentes en el país, con el fin de contar con una política minera única e integral que impulse a la actividad hacia el cumplimiento de los estándares rigurosos, hacia la inclusión, la sostenibilidad y rentabilidad, y que se pueda operar tranquilamente en armonía con las comunidades y el medio ambiente.

La “Política Minera de Colombia: Bases para la Minería del Futuro” fue adoptada

mediante Resolución 40391 del 20 de abril de 2016 y se enmarcó en el Plan Nacional de Desarrollo 2014- 2018 “Todos por un nuevo país” que cuenta con seis pilares estratégicos relacionados con minería y encaminados hacia garantizar la seguridad jurídica para el sector, otorgar condiciones competitivas para la industria minera, generar confianza legítima, hacer gestión para la infraestructura, ampliar la información y fortalecer la institucionalidad.

Asimismo, una de las prioridades del sector ha sido la de dar la mano a los pequeños mineros para que formalicen su actividad y gocen de los beneficios que esto conlleva. El programa de Formalización Minera del Ministerio de Minas y Energía busca que el minero adquiera competencias para cumplir la

Una de las prioridades del sector ha sido la de dar la mano a los pequeños mineros para que formalicen su actividad y gocen de los beneficios que esto conlleva

normatividad en temas mineros, ambientales, laborales, legales y de seguridad minera. Hasta el 2015, en el marco de ese programa se caracterizaron 7.322 Unidades de Producción Minera (UPM's) en 180 municipios y se regularizaron 104.567 barequeros; la implementación del programa crea espacios de formación y mediación, y abre las puertas del sector financiero para la pequeña y mediana minería. En su

política minera, el MinMinas también busca mostrar al país como un destino interesante en materia de minería. Además del licenciamiento ambiental de dos proyectos auríferos Red Eagle y Gramalote en Antioquia, empresas como Muzo International, Gemfields, Murray Energy y Mubadala llegaron al país para invertir en campos con gran potencial y mejorar las condiciones laborales de los mineros.

A mediados del 2016, el Gobierno empezó a implementar políticas y reglamentaciones

estrictas que obligan a los empresarios grandes, medianos y pequeños a contar con instrumentos minero ambientales actualizados que certifican la pertinencia y la viabilidad de los proyectos, y el rigor de cada una de las etapas. Además, las comunidades están más involucradas y activas en el seguimiento a las actividades extractivas, pues no están dispuestas a prolongar la ejecución de una minería que acabe con su entorno, que descuide a sus trabajadores y sobre todo que pretenda imponerse en el territorio. Por su parte, las empresas han descubierto que los proyectos sostenibles y rentables son aquellos que integran en su planeación y su ejecución todas las variables económicas, sociales y ambientales.

De otro lado, los temas recurrentes entonces, para los medios de comunicación que cubren el sector minero energético están relacionados con los precios de combustibles y contrabando de los mismos, minería ilegal y afectación al medio ambiente, ataques a la infraestructura energética, conflictos locales en regiones productoras, legislación del sector, calidad del servicio de energía en la región Caribe. Otras coyunturas a tener en cuenta son la técnica de fracking, el impacto de la reforma tributaria, el debate alrededor de los Yacimientos No Convencionales (YNC), entre otros, que aún siguen incidiendo en la reputación del Ministerio de Minas y Energía

El Grupo de Comunicaciones y Prensa formuló el Plan Estratégico de Comunicaciones 2015-2016, con la finalidad de posicionar al Ministerio de Minas y Energía ante la opinión pública como “un importante financia-

dor de un país en paz, con equidad y mejor educación, alineado con los objetivos del Presidente de la República y condensados en la estrategia de Gobierno y el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018”. Sin embargo, dado el nuevo escenario para el PEC 2016-2017 el Grupo apuntará hacia posicionar el valor institucional de la cartera y la importancia del sector para la estabilidad económica del país, en niveles de equilibrio que permiten obtener recursos para construir un país en paz.

Posicionar al Ministerio de Minas y Energía ante la opinión pública como “un importante financiador de un país en paz, con equidad y mejor educación, alineado con los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018”.

El Grupo también inclina su quehacer hacia el cumplimiento de los objetivos misionales concernientes a la adecuada prestación del servicio de divulgación de la información pública y centra como compromiso institucional velar porque la gestión del Ministerio de Minas y Energía, también sea difundida a los grupos de interés y ciudadanía con base en lineamientos estratégicos e institucionales. Para ello define tácticas de comunicación social enfocadas en comunicaciones públicas; comunicación estratégica; relacionamien-

to con medios; comunicaciones en medios electrónicos y comunicación interna.

3.2. CONTEXTO ORGANIZACIONAL

La historia del Ministerio de Minas y Energía comprende los principales cambios y reformas que la entidad ha experimentado a partir de su creación, los cuales nos permiten examinar la evolución y transformación institucional del organismo responsable de dirigir y promover el desarrollo del sector minero energético del país hasta el día de hoy.

Dada la problemática que surgió por la Se-



gunda Guerra Mundial, la cual afectó el progreso de Colombia, el Gobierno Nacional diseñó un plan para la defensa y el fomento de las industrias existentes buscando el aprovechamiento de los recursos naturales y el desarrollo de otras fuentes de producción.

Por ello fue creado el Ministerio de Minas y Petróleos, mediante el Decreto 968 del 18 de mayo de 1940. El primer ministro que asumió la cartera ministerial fue Juan Pablo Manotas y los primeros negocios a su cargo fueron los siguientes:

- > Petróleos – Minas
- > Salinas terrestres y marítimas
- > Bienes ocultos
- > Laboratorio nacional de análisis e investigación

Luego, mediante el Decreto 0464 de 1951 se creó el Ministerio de Fomento y el Decreto 0481 de 1952 volvió a organizar el Ministerio de Minas y Petróleos de forma independiente, con funciones técnicas y administrativas.

El Decreto 636 del 10 de abril de 1974, revisó la organización administrativa del Ministerio de Minas y Petróleos y cambió su nombre por el de Ministerio de Minas y Energía. A partir de ese momento histórico, una serie de cambios estructurales y organizativos se fueron implementando a través de distintas leyes y decretos como en 1999 cuan-

do el Decreto 2152 modificó la integración del sector administrativo de minas y energía dando conformación al Ministerio de Minas y Energía, dos Unidades Administrativas Especiales (UPME y CREG), dos establecimientos públicos (Ingeominas e IPSE) y ocho entidades vinculadas (Ecopetrol, Ecogas, Minercol, ISA S.A., Isagen S.A., Empresa Multipropósito Urrá S.A. E.S.P., Corelca, FEN y Carbocol). Adicionalmente, se le asignaron a la entidad nuevas funciones relacionadas con la señalización y delimitación de las zonas mineras indígenas de acuerdo con las disposiciones del Código de Minas, junto con la señalización del área de reserva minera indígena bajo condiciones especiales y la tarea de adelantar los estudios que se requieran para tales efectos.

La misión de la entidad fue definida como la de formular y adoptar políticas dirigidas al aprovechamiento sostenible de los recursos mineros y energéticos para contribuir al desarrollo económico y social del país, mientras que su visión quedó establecida como la de ser una entidad reconocida por la formulación de políticas que garanticen el desarrollo y aprovechamiento eficiente de los recursos mineros y energéticos en Colombia, su explotación, abastecimiento y exportación de sus excedentes, trabajando con eficiencia, innovación, calidad en su gestión y promoción de

la responsabilidad social y ambiental.

En consonancia con esas dos variables, sus objetivos estratégicos fueron determinados para 1. Asegurar la ejecución de proyectos minero energéticos para generar los recursos que necesita el país; 2. Fortalecer la institucionalidad para tener un sector minero organizado y legítimo; 3. Ampliar la cobertura del servicio de energía para los más pobres y 4. Aumentar la competitividad de la energía.

El Plan de Acción del Ministerio de Minas y Energía contiene el Plan de Acción de cada una de sus dependencias, y se encuentra alineado con el Plan Estratégico Sectorial, Plan Estratégico Institucional y el Pensamiento Estratégico, este último tiene como objetivos estratégico 1. Asegurar la ejecución de proyectos minero energéticos para generar los recursos que necesita el país; 2. Fortalecer la institucionalidad para tener un sector minero organizado y legítimo; 3. Ampliar la cobertura del servicio de energía para los más pobres; y 4. Aumentar la competitividad de la energía.

Y su Política de Calidad establece su compromiso con el aprovechamiento sostenible de los recursos mineros y energéticos en el territorio nacional mediante la formulación y adopción de políticas, regulaciones y reglamentaciones que satisfagan las necesidades de los ciudadanos, partes interesadas y el cumplimiento de los requerimientos constitucionales, legales y normativos. Para el cumplimiento de ésta Política, el MinMinas cuenta con talento humano competente, recursos y procesos definidos en el Sistema de Gestión de la Calidad que permiten el mejoramiento continuo del ministerio en términos de eficacia, eficiencia y efectividad; y cumple con los objetivos de 1. Formular y adoptar oportunamente políticas, planes, programas, proyectos, regulaciones y reglamentaciones para el sector minero y energético, de acuerdo con las directrices del Gobierno Nacional; 2. Atender eficientemente

los requerimientos de los ciudadanos, de la industria y partes interesadas, para el desarrollo y fortalecimiento del sector minero y energético a nivel nacional; 3. Fortalecer las competencias y el desarrollo de los Servidores Públicos, para mejorar su desempeño y la conformidad de los productos y/o servicios de la entidad; 4. Garantizar la administración eficiente y oportuna de los recursos financieros, administrativos y tecnológicos para el cumplimiento de los fines de la entidad con criterios de austeridad y transparencia; y 5. Asegurar la funcionalidad y el desempeño del sistema de gestión para lograr la mejora continua de los procesos de la entidad con criterios de eficacia, eficiencia y efectividad.

3.3. PÚBLICOS

Ciudadanía: los colombianos cuentan con una serie de derechos políticos y sociales que le permiten intervenir en la política del país. Es por ello que se debe tener un flujo de información constante de las actividades y la gestión que realiza la entidad para el sector, fundamentado en la ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional, Ley 1712 de 2014.

Medios de Comunicación: masifican la información a través de múltiples canales y demandan toda la información posible que le pueda brindar la entidad dentro de su gestión, se les debe brindar claridad sobre los temas técnicos del Ministerio con el fin de evitar malas interpretaciones de las acciones y que se genere una divulgación negativa o errónea.

Entidades de Gobierno: tanto a nivel interno como externo, los funcionarios del Estado deben tener una opinión clara frente al sector y la entidad, son portadores de información más no voceros según lineamientos de política institucional. La sincronización y el buen uso de la información de los funcionarios y contratistas permite mayor funcionalidad de todo el Gobierno Nacional conjunto.



Organismos de Control: las entidades que conforman el Ministerio Público en Colombia son la Procuraduría General de la Nación, la Defensoría del Pueblo y la Contraloría General de la República. La principal responsabilidad de la Procuraduría que debe prevenir antes que sancionar, es vigilar el actuar de los servidores públicos y advertir cualquier hecho que pueda ser violatorio de las normas vigentes, sin que ello implique coadministración o intromisión en la gestión. La Defensoría ejerce sus funciones bajo la dirección del Procurador y le corresponde esencialmente velar por la promoción, el ejercicio y la divulgación de los Derechos Humanos; y la Contraloría vigila la gestión fiscal de la administración y de los particulares o entidades que manejen fondos o bienes de la Nación.

Gremios: las opiniones de las asociaciones profesionales formadas por empresas con interés en común son de bastante peso en las decisiones que pueda tomar el Ministerio frente a temas del sector que los puedan beneficiar o afectar a corto o largo plazo. Además de encontrarse en un nivel importante para lo que es la economía del país, lo cual hace que requieran información constante de la toma de decisiones por parte de entidad. Una reacción negativa por parte de este público objetivo puede afectar a las finanzas y progreso del país.

Líderes de opinión: a través de la publicación de sus comentarios, un líder de opinión genera algún tipo de reacción en los públicos consumidores de medios y finalmente en los ciudadanos. Estos deben tener claridad de los temas a los que hacen referencia, allí radica la importancia de entregar información transparente y precisa, un dato erróneo o mal interpretado que se divulgue a través de ellos, puede significar reacciones negativas en la comunidad y crear imaginarios colectivos sobre el sector.

Funcionarios de la entidad: el capital humano que debe permanecer bien informado frente a las acciones que realiza la entidad con el fin de mantener el compromiso en su labor y su concientización frente al papel que desempeña para el buen Gobierno. El Ministerio de Minas y Energía cuenta con un total de 272 personas que cumplen funciones, de las cuales un 65 por ciento tiene una edad superior a los 40 años.

Contratistas de la entidad: de su buena ejecución dependen muchas de las actividades que permiten el buen funcionamiento del Gobierno y de la misión de la entidad, que estén bien informados de las acciones e información que emita la entidad permite la correcta aplicación de su labor como el buen funcionamiento del aparato estatal.

Autoridades locales y regionales: las regiones del país cobran importancia para el

sector por su calidad extractiva o productora, como por ser receptoras de la inversión social que se realiza a través del Ministerio. Las autoridades demandan la información de gestión en las comunidades para de esa manera proyectar sus regiones hacia el desarrollo, y se debe tener claridad de información en cuanto a las políticas del sector en la región y como estas los pueden beneficiar.

Congreso de la República: el máximo órgano representativo del poder legislativo y al que por ley le corresponde reformar la Constitución, hacer las leyes y ejercer control político sobre el gobierno y la administración. Es necesario que los representantes a la Cámara y al Senado mantengan claridad de los temas tanto técnicos como de gestión de la entidad debido al funcionamiento y peso que radican para la toma de decisiones del sector.

Líderes políticos: las personas involucradas en el acontecer de la política tienen una alta influencia en los ciudadanos y las comunidades debido al contenido de sus comentarios difundidos a través de medios o redes sociales de opinión. Su funcionalidad dentro de las comunicaciones va ligada la opinión que puedan tener referente a los temas del sector y la demanda de información que requieren para poder transmitir la funcionalidad de la entidad.

Industria: es uno de los pilares económicos del país, se debe tener en cuenta su opinión y reacción frente a temas que puedan afectarle, y en ocasiones, dar a conocer nuestra opinión frente a la gestión de esta. El Ministerio debe suministrar claridad en el flujo de información debido a la importancia económica de las industrias y del sector para la economía del país.

Organizaciones No Gubernamentales: estas entidades no lucrativas de ciudadanos voluntarios están organizadas a nivel local, nacional o internacional. Llevan a cabo labores de defensa de las problemáticas sociales ante los medios de comunicación y el Gobierno. Sus defensas tienen gran cogida entre las co-

munidades y las regiones. Por esta razón, el Ministerio debe tener una interlocución especial en donde se suministre suficiente información de las iniciativas, programas y políticas organizadas por la entidad.

Profesionales del sector minero energético: al tener relación con empresas del sector, estos profesionales demandan un flujo de información de tipo técnico y que debe mantener una regularidad a través del Ministerio como fuente directa de información. La toma de decisiones de algunas de estas empresas radica en la información que se tenga referente normatividad del sector minero energético.

3.4. OBJETIVOS

3.4.1. Estratégicos

- > Informar sobre la gestión realizada parte del Ministerio de Minas y Energía, en cumplimiento del mandato de transparencia para las instituciones públicas, rendición de cuentas y acceso a la información.
- > Generar visibilidad del Ministerio de Minas y Energía en todos los medios de comunicación y espacios relacionados con el sector.
- > Mejorar la comunicación con la ciudadanía y la cercanía con las audiencias claves del sector a través de información oportuna y relevante.
- > Ofrecer información de interés para la ciudadanía sobre el sector minero energético, destacando su pertinencia para el país y favoreciendo la comprensión a cerca de los servicios que presta el Ministerio de Minas y Energía.

3.4.2. Tácticos

- > Difundir a los públicos de interés información sobre la gestión del Ministerio de Minas y Energía, así como sobre sus principales actividades, según indicadores fijados en el Plan de Acción 2016 del Grupo de Comunicaciones y Prensa.
- > Divulgar información institucional sobre la gestión, así como de documentos técnicos

de las dependencias, en los sitios web del Ministerio de Minas y Energía y que deba ser del conocimiento de los ciudadanos o como insumo para los medios de comunicación u otras audiencias

- > Establecer canales de información y rendición de cuentas a través de las redes sociales, con los públicos externos.
- > Generar campañas y mensajes a través de redes sociales que destaquen la gestión del Ministerio y sus dependencias, con información de interés para la comunidad
- > Generar mensajes del sector que estén relacionadas con las iniciativas del Gobierno y que le permitan a la entidad abarcar nuevas temáticas, más cercanas a la ciudadanía.
- > Implementar una estrategia de comunicación interna que sea apropiada por los funcionarios de la entidad y que redunde en la mejora del ambiente laboral.

3.5. DEPENDENCIAS CON FUNCIONES RELATIVAS A LA GESTIÓN DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL

3.5.1. Grupo de Participación y Servicio Ciudadano

Es la dependencia encargada de ejecutar estrategias para que los ciudadanos y partes interesadas sean atendidas oportunamente cuando hacen uso de los mecanismos de protección ciudadana o buscan ejercer el control social a la gestión de la entidad. Gestiona información relacionada con los derechos de petición, tutelas, acciones de cumplimiento, acciones populares y las que se formulan ante la entidad y, recibe, direcciona y realiza el seguimiento de los requerimientos presentados ante el Ministerio; orienta y suministra información sobre las actuaciones del MinMinas y del sector minero energético. También desarrolla acciones para permitir a las partes interesadas acceso a la información y a las actuaciones de la

entidad, y desarrolla iniciativas en diferentes contextos regionales para fomentar y discutir las políticas y lineamientos.

3.5.2. Grupo de Tecnologías de la Información

Este Grupo formuló el Plan Estratégico de Tecnologías de Información y Comunicaciones (PETIC) para el MinMinas con el propósito primordial de presentar su plan estratégico para el periodo comprendido entre los años 2016 al 2019, el cual le servirá a la entidad como guía estratégica para la implementación de iniciativas y proyectos de TIC acorde a las mejores prácticas, que apoyen el cumplimiento eficiente de la misión y visión del Ministerio de Minas y Energía. El Petic evaluó el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2014-2018, la Formulación del Plan de Acción 2015, la Distribución del Presupuesto Vigencia 2015, la Modificación al Presupuesto 2015, el Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano Formulación 2015, el Mapa de Riesgos de Corrupción Formulación 2015, el Plan de Eficiencia Administrativa y Cero Papel, el Plan de Gobierno en Línea Formulación 2013- 2015, y el Plan Estratégico Prensa y Comunicaciones Formulación 2015-2016, la finalidad fue partir del estado actual de la Estrategia de TI, cuya finalidad es apoyar el proceso de diseño, implementación y evolución de la Arquitectura TIC en el Ministerio para lograr que esté alineada con las estrategias institucionales y sectoriales.

El Petic 2016-2019 planteó 21 proyectos en un portafolio que se espera alcanzar los objetivos que hacen parte de la construcción de la arquitectura empresarial de la entidad, a saber: implementar la estrategia de TI, su gobierno, uso y apropiación; diseñar la arquitectura de la información de TIC como de los sistemas de la información, y la arquitectura de servicios tecnológicos.

3.5.3. Grupo de Comunicaciones y Prensa:

La gestión de este grupo está directamente ligada al objetivo del Proceso de Comunicación Institucional al cual pertenece y corresponde a divulgar y socializar la temática institucional y sectorial mediante la difusión de la información, rendición de cuentas y la ampliación de los canales de comunicaciones con los públicos internos y externos, para garantizar el correcto flujo y acceso a la información sectorial. Sus tácticas para lograrlo serán explicadas en detalle en el resto del cuerpo de este documento.

A través de la Resolución 40129 del 30 de enero de 2015, señaló la organización de los grupos internos de trabajo con el fin de desarrollar eficientemente los objetivos, políticas, planes y programas institucionales. En tal sentido, dictó entre otras funciones del Grupo de Comunicación y Prensa, la de asesorar a la Alta Dirección en la implementación de un plan estratégico de comunicaciones como de la divulgación de la información y la implementación y desarrollo de canales de comunicación.

3.5.3.1. Funciones del Grupo de Comunicaciones y Prensa

La Resolución 40129 del 30 de enero del 2015 señaló las funciones del Grupo de Comunicaciones y Prensa, así:

- > Asesorar a la Alta Dirección en la implementación de un Plan Estratégico de Comunicaciones que permita posicionar, divulgar y socializar las acciones que desarrolla el Ministerio de Minas y Energía.
- > Asesorar a la Alta Dirección en lo referente a la imagen institucional y la divulgación de la información a través de diversos canales de cara a la ciudadanía y los medios de comunicación.
- > Identificar la agenda temática de cada semana, tanto del Ministro como del Ministerio, para implementar también una agenda

estratégica que permita divulgar y socializar las acciones que adelanta de entidad.

- > Implementar y desarrollar canales de comunicación interna para divulgar información orientada a promover la generación de una cultura organizacional acorde con la misión del Ministerio.
- > Asesorar a la Alta Dirección en la divulgación de información del Ministerio a través de los canales oficiales de comunicación digital de la entidad, tanto en la página web como en las redes sociales con que se cuenten para este fin.
- > Asesorar a las dependencias en los asuntos relacionados con sus necesidades de comunicación y divulgación de las actividades institucionales.
- > Proporcionar el registro audiovisual (fotografías, videos y material multimedia) de carácter público y que provenga de la Alta Dirección del Ministerio como un servicio a la ciudadanía y a los medios de comunicación.
- > Asesorar a la Alta Dirección en la coordinación, producción y publicación de material impreso y audiovisual del Ministerio con carácter público para ser difundido a través de diferentes medios de comunicación.
- > Las demás que le sean asignadas por la naturaleza del grupo

Las demás actividades de información y comunicación que son generadas o requeridas por las demás dependencias del Ministerio de Minas y Energía, dependen de su quehacer misional y generalmente tienen que ver con el diseño de la política institucional, la reglamentación sectorial y el control documental. La oficina de Enlace Congreso en particular, gestiona la información que es solicitada por los congresistas y demás actores del sector político.

ACTUALIZACIÓN DE CONTENIDOS INSTITUCIONALES PARA DIVULGAR A PÚBLICOS EXTERNOS



4. ACTUALIZACIÓN DE CONTENIDOS INSTITUCIONALES PARA DIVULGAR A PÚBLICOS EXTERNOS

Por medio del Decreto 2693 de 2012 (que reglamenta parcialmente las Leyes 1341 de 2009 y 1450 de 2011, y se dictan otras disposiciones), el Gobierno Nacional ha asegurado la continuidad de la Estrategia Gobierno en Línea, convirtiéndola en un instrumento que facilita el buen gobierno, el crecimiento y la competitividad del país. Esta estrategia viene siendo implementada de manera sostenida desde el año 2000 y tiene como propósito contribuir con la construcción de un Estado más eficiente, más transparente y participativo, y que preste mejores servicios a los ciudadanos y a las empresas, a través del aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (Decreto 1151 de 2008).

De acuerdo a la Ley 1712 del 6 de marzo de 2014 "Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del derecho de acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones", las entidades públicas deben mantener actualizados los portales web por medio de la divulgación

proactiva de los contenidos a su cargo y respondiendo de buena fe, de manera adecuada, veraz, oportuna y accesible, a las solicitudes de la ciudadanía.

Desde el mes de octubre del 2014, el Ministerio de Minas y Energía actualizó su portal web alineándose con las disposiciones del Gobierno Nacional en materia de imagen institucional y de acuerdo a los lineamientos del Decreto 2693 de 2012 de Gobierno en Línea.

Adicionalmente, el Artículo 2° de la Ley 1341 de 2009, dispone en su numeral 8 la masificación de la estrategia Gobierno en Línea con el fin de lograr la prestación de servicios eficientes a los ciudadanos, por lo que las entidades públicas deberán adoptar todas las medidas necesarias para garantizar el máximo aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el desarrollo de sus funciones.

4.1. ACTUALIZACIÓN DE CONTENIDOS NOTICIOSOS

El Grupo de Comunicaciones y Prensa cumplirá los roles de generador, supervisor y publicador de contenidos noticiosos en el sitio Web del Ministerio, incluidos videos, fotografías y audios. Para tal fin puede solicitar información a las dependencias que considere oportuno.

Las dependencias del MinMinas pueden sugerir contenidos noticiosos para ser publicados o que deban ser actualizados en el sitio Web institucional, al Grupo de Comunicaciones y Prensa que se encargará de verificar que tales publicaciones estén acordes a los principios de generación de contenidos web institucionales, que se describen en el aparte correspondiente a la Estrategia Digital de este documento.

4.2. ACTUALIZACIÓN DE CONTENIDOS INSTITUCIONALES

Las dependencias del MinMinas deben enviar al Grupo de Participación Ciudadana los contenidos institucionales que deben ser divulgados en el sitio Web institucional. El Grupo cuenta con equipo encargado de garantizar que la información esté acorde a los principios de generación de contenidos web institucionales,

4.3. CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN

En el marco de la implementación de la estrategia de comunicación, el Grupo de Comunicaciones y Prensa diseña y desarrolla campañas de comunicación enfocadas a divulgar la gestión de la entidad sin que ello limite la producción de iniciativas similares al interior de las dependencias. En tales casos, las oficinas deben seguir los lineamientos expresados en la Directiva Presidencial 01 del 10 de febrero de 2016, que fija procedimientos para los temas de publicidad, comunicaciones, eventos y da órdenes sobre otros gastos generales. Asimismo, señala el proceso de revisión y aprobación institucional que deben surtir tales productos para ser divulgados.

4.4. INTERACCIÓN EN LÍNEA

El Grupo de Participación Ciudadana habilitará, implementará e integrará diferentes espacios de interacción con los ciudadanos, a través de la sede electrónica y dispondrá de opciones de consulta interactiva de información y de soporte en línea.

VOCEROS DE LA ENTIDAD



5. VOCEROS DE LA ENTIDAD

El PEC 2015-2016 señala que “el Ministro como los dos Viceministros son los voceros del Ministerio de Minas y Energía ante los medios de comunicación y solo ellos pueden delegar la vocería en otros funcionarios, cuando la particularidad de los temas así lo requiera”.

El ejercicio profesional del Ministerio de Minas y Energía requiere un dominio técnico que se convierte en un reto y en el primer obstáculo a superar en el proceso de comu-

nicar, los tecnicismos son términos que se usan en el lenguaje científico y tecnológico y la mayoría son de uso particular, los usuarios del lenguaje técnico frecuentemente no están conscientes de que su audiencia no puede entender su mensaje principal., por tales razones resulta de mayor importancia que la estrategia de comunicaciones contenga la asesoría necesaria para traducir el mensaje a las audiencias.

Según lo anterior y siguiendo los lineamientos del Plan mencionado, la delimitación de las temáticas que hacen parte de la agenda del Ministerio y sus entidades, es la siguiente:

EJEMPLOS DE CASOS DE VOCERÍA EN LAS ENTIDADES

MINISTRO	> Política minero energética en general > Cifras de producción > Anuncios macro > Hitos
VICEMINAS	> Vocería del Ministerio en temas de política minera > Formalización
VICENERGÍA	> Vocería del Ministerio en temas de energía e hidrocarburos
ANH	> Rondas de inversión en el sector petrolero

ANM	> Títulos, fiscalización, rondas > Incidentes
CREG	> Regulación sector energía y gas > Tarifas
UPME	> Planeación, oferta y demanda de energía > Respaldo vocería en nuevos proyectos
IPSE	> Zonas No Interconectadas > Respaldo vocería nuevos proyectos > Energías alternativas

ESTRATEGIA, TÁCTICAS Y ACCIONES



6. ESTRATEGIA, TÁCTICAS Y ACCIONES

Para que la información que genera el Grupo de Comunicaciones y Prensa del Ministerio llegue a las audiencias y su finalidad sea optimizada, requiere de piezas y canales de comunicación que se puedan implementar de manera externa así como herramientas de comunicación para la divulgación interna. En ese mismo sentido, el Grupo de Comunicaciones ha encaminado esfuerzos hacia la realización de diferentes acciones estratégicas para difundir información a los medios de comunicación y utilizar diversos canales de comunicación para la difusión de la gestión, no solo para los públicos externos sino también para los funcionarios del MinMinas.

El Grupo se encarga de transmitir los mensajes institucionales y la gestión en los portales web institucionales y en especial, en los espacios de redes sociales que hoy día son modalidades de comunicación con interacción de doble vía entorno a un mensaje.

Asimismo, el Grupo consolida y hace seguimiento a la información publicada en los medios de comunicación por medio de herramientas que le permiten la creación de estrategias para fortalecer la identidad institucional y organizacional, y por esa vía generar credibilidad, presencia y reconoci-

miento de la función pública en beneficio de la ciudadanía.

Cabe señalar que estas estrategias no resultan adecuadas si no se informan debida y oportunamente al público, la comunicación efectiva de la gestión pública por parte de los portavoces oficiales del Ministerio, es otro de los frentes que ha buscado cubrir el equipo de comunicaciones por medio de una estrategia de comunicación para conocer la efectividad respecto a la forma en que los voceros de la entidad transmiten los mensajes y de esta manera, entender la receptividad que logra el público respecto a los mismos.

El Grupo de Comunicaciones y Prensa entonces, define tácticas de comunicación social enfocadas en comunicaciones públicas; comunicación estratégica; relacionamiento con medios; comunicaciones en medios electrónicos y comunicación interna. Ellas son en parte desarrolladas por un grupo base de trabajo conformado por un asesor del despacho del Ministro, dos profesionales de planta y una secretaria, y las relacionadas con actividades de comunicación digital, diseño de piezas gráficas, productos audiovisuales, manejo de la imagen corporativa y las de comunicación interna, quedan supeditadas a actividades profesionales de apoyo a la gestión.

Asimismo, la estrategia debe promocionar la

imagen positiva de la entidad a partir de actividades como asesorar en la elaboración y diseño de estrategias de comunicaciones externas; prestar soporte en el diseño, desarrollo y ejecución de la estrategia de comunicación en medios digitales; efectuar el entrenamiento en el manejo de medios convencionales de comunicaciones; desarrollar las tácticas para la ejecución de las estrategias propuestas, orientada al fortalecimiento de las relaciones con actores especializados que se conviertan en validadores del mensaje del MinMinas, esto incluye relaciones institucionales, con gremios, entidades adscritas y vinculadas, líderes empresariales y de opinión; y acompañar y asesorar el desarrollo y/o ejecución de las estrategias de comunicación.

Para desarrollar óptimamente su labor, el Grupo de Comunicaciones y Prensa cuenta para las vigencias 2016, 2017 y 2018, con recursos aprobados por el Departamento Nacional de Planeación (DNP) a través del proyecto de inversión denominado Implementación de los Servicios de Información y Comunicación Institucional del Ministerio de Minas y Energía, cuyo objetivo general es “Ampliar el conocimiento que tienen los públicos de interés del sector minero energético sobre la gestión del Ministerio de Minas y Energía”. Con ese presupuesto el equipo de comunicaciones adquiere acceso a plataformas que le permiten obtener monitoreo diario de la información así como análisis periódicos y la posibilidad de hacer inteligencia de medios, es decir un riguroso seguimiento a los públicos específicos generadores de opinión, con el objeto de tomar decisiones de comunicación efectivas y oportunas; asimismo, el presupuesto permitirá el acceso a diversos canales de divulgación para difundir masivamente los mensajes institucionales así

como a entrenamiento de los voceros de la entidad con el fin de los transmitan de manera adecuada.

6.1. MENSAJES DE LA ENTIDAD

Para efectos de mantener una adecuada coordinación en función del PEC de comunicaciones, se establecen algunas reglas de oro a la hora de comunicar, con las que se espera unificar criterios previos a la decisión de comunicar:

- > Todas las coyunturas albergan oportunidad para comunicar
- > Está claro por qué se va a comunicar
- > El mensaje se debe enmarcar en la caja de mensajes institucional
- > Debe estar previsto el impacto como las acciones a tomar en caso de alta sensibilidad

6.2. CAJA DE MENSAJES INSTITUCIONAL

Definimos los mensajes que queremos que nuestras audiencias escuchen y crean, el mensaje más eficaz es el más cercano a la ciudadanía, no debe ser abarcador ni alejado de la realidad (menos es más), deben ser fuertes y claros.

El mensaje más eficaz es el más cercano a la ciudadanía, no debe ser abarcador ni alejado de la realidad, deben ser fuertes y claros.

Los debemos resumir en una frase o slogan que conecte con el público, debemos tener claro lo que queremos conseguir con ellos: educar nuestras audiencias, informarlas o motivarlas a retroalimentar.

Tener en cuenta al construir los mensajes: qué saben nuestras audiencias del tema del mensaje, cómo lo perciben, qué le queremos decir

sobre él, quién es la persona adecuado para decírselo.

Los definimos teniendo en cuenta la agen-

da central institucional y los objetivos institucionales (garantizar abastecimiento de hidrocarburos y energía / crear institucionalidad y herramientas para generar minería responsable y competitiva / ampliar acceso de población vulnerable a energía y gas / impulsar integración energética regional).

6.3. TÁCTICAS DE COMUNICACIÓN

6.3.1. Tácticas de comunicación en relaciones públicas

Cuando el Ministro o los viceministros participan en eventos públicos, y en los casos en que previamente se haya acordado, el grupo de comunicaciones elaborará material multimedia para enviar a medios de comunicación que podrá incluir boletín o comunicado de prensa, audio, video y fotografía de alta resolución sobre la intervención. Los boletines y comunicados de prensa del Ministerio deberán incluir en la medida de lo posible citas del Ministro o de los viceministros en los que se dé cuenta de la articulación de la política minero energética de la entidad.

6.3.1.1. Ruedas de prensa

Las ruedas de prensa se convierten en escenarios de amplia difusión sobre hechos relevantes de la entidad. Logros sobresalientes del Ministerio o de sus entidades adscritas, como cifras récord en producción de hidrocarburos o minerales; proyectos adjudicados en energía eléctrica o avances puntuales en materia de política minera, entre otros temas, pueden ser parte de la agenda a tratar.

Este documento no plantea como indicador o elemento de evaluación un número mínimo de ruedas de prensa, pero sí sugiere un desarrollo cotidiano de las mismas como ejercicio que redundará en una mejor favorabilidad.

6.3.1.2. Visitas periódicas a medios nacionales y/o regionales

El Ministro de Minas y Energía y los vice-

ministros liderarán encuentros con periodistas encargados de cubrir a la entidad como fuente.

Estos espacios permiten una actualización de los temas que hacen parte de la agenda institucional, al tiempo que permiten generar contenidos estratégicos para la difusión del accionar de la entidad.

También se programarán visitas a las salas de redacción (*hang outs*) de los principales medios nacionales y regionales, como espacios de interlocución entre el Ministro y los periodistas. Lo propio se hará con reuniones 1:1 con líderes de opinión, directores y editores de medios de comunicación en las que se podrá exponer el avance en la gestión del Ministerio.

6.3.1.3. Columnas de opinión

Este documento también el desarrollo de columnas de opinión en prensa nacional o regional por parte del Ministro o los viceministros. Este es un espacio que apoya la labor de divulgación a través de un escrito que permite profundizar en temas de amplio interés en la ciudadanía relacionados con la política de la cartera minero energético.

6.3.2. Tácticas de Comunicación Digital

Internet y las redes sociales se han convertido en el canal más efectivo para comunicar e informar. Las formas de administrar lo público que conocíamos hasta ahora van a modificarse radicalmente. Pasamos de una comunicación unidireccional, dirigida "hacia" los ciudadanos, a un modelo en el cual la comunicación y otras actividades pasan a hacerse "con" la sociedad.

Razón por la cual hoy en día es fundamental que el gobierno haga presencia y participe en las redes sociales, y en este proceso el Ministerio de Minas y Energía ha participado como entidad, junto con sus

entidades adscritas y vinculadas, ministro y viceministerios.

6.3.2.1. *Antecedentes y entorno*

Teniendo en cuenta el Decreto 2693 del 21 de diciembre de 2012 en donde se definen los lineamientos, plazos y términos para garantizar el máximo aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones con el fin de contribuir con la construcción de un Estado más eficiente, más transparente y participativo y que preste mejores servicios con la colaboración de toda la sociedad, el Ministerio de Minas y Energía cuenta con plataformas digitales en donde se divulga de manera transparente y oportuna información sobre la Gestión del MinMinas.

Dichas plataformas digitales: página web, correos masivos y redes sociales permiten garantizar el acceso inmediato a la información a través de la elaboración de piezas comunicativas y de material audiovisual.

En los últimos 4 años el Gobierno Nacional ha implementado una estrategia de comunicación digital a través de la "Sinergia de la Fuerza de Tarea Digital" y de "Urna de Cristal" en la cual MinMinas ha participado activamente.

Esta Sinergia es la metodología con la que la Fuerza de Tarea Digital articula a las entidades del Gobierno Nacional alrededor de la difusión de mensajes estratégicos que permitan informar e incentivar la participación de los ciudadanos con el gobierno a través de los medios digitales. El objetivo es potenciar los mensajes que cada sector desea promover, por medio de la unión y el apoyo de las cuentas en redes sociales creadas por el Gobierno que existen a la fecha.

Esta unión ha permitido que la oferta de gobierno y los mensajes de la coyuntura nacional impacten a aproximadamente 17 millones de usuarios.

Las sinergias se dividen en dos categorías, las que contienen las campañas y mensajes del Presidente y las que contienen información del Gobierno Nacional.

En el caso del Ministerio de Minas y Energía, trabajos sinergias de Gobierno. Estas son campañas en donde se desea promocionar información que tienen mensajes de uso e interés para la mayoría de usuarios de las redes sociales de las diversas cuentas del Gobierno. El fin último de los temas aprobados para estas sinergias es informar al ciudadano y generar interacción sobre campañas, convocatorias, servicios, eventos, entre otras.

El mensaje más eficaz es el más cercano a la ciudadanía, no debe ser abarcador ni alejado de la realidad, deben ser fuertes y claros.

6.3.2.2. *Planteamiento Estratégico en Comunicación Digital*

> **Objetivo:**

Crear y fortalecer el ecosistema del Ministerio de Minas y Energía, donde todas las plataformas se enfoquen en el cambio de mensaje y el reconocimiento de las audiencias.

> **Acciones estratégicas:**

Posicionamiento de Ministro como líder de opinión digital y fuente de consulta de medios de comunicación.

Interacción de MinMinas con diferentes audiencias.

Apoyo de los voceros de respaldo en materia digital (Viceministros).

Identificación constante de coyunturas/crisis y detractores.

6.3.2.3. *Mapa de Audiencias*

Priorizaremos nuestra interacción y/o seguimiento con:

1. Gobierno Nacional (Congreso / Entidades / Voceros Inst.)
2. Gremios especializados.
3. Medios de comunicación digitales.
4. Directores de medios y líderes de opinión medios tradicionales.
5. Ciudadanía.



6.3.2.4. *Principios de generación de contenidos Web*

Debido a las características de los medios electrónicos, relacionadas especialmente con el hecho que los contenidos se pueden diseminar de forma rápida y aun gran número de personas, se expone a continuación una política editorial que establece las características que deben considerar las dependencias al momento de publicar contenidos generales en medios digitales.

6.3.2.5. *Los contenidos deben ser entendibles, agradables y de fácil uso*

Los contenidos deben ser claros, precisos y de lenguaje sencillo. No debe dejar dudas

sobre el mensaje que se desea transmitir. Se debe tener en cuenta que serán utilizados por personas de diferentes niveles de educación y de diferentes regiones del país.

No se debe usar abreviaturas desconocidas. Si se necesita utilizar abreviaturas, éstas deben ir referenciadas después que son utilizadas por primera vez, entre paréntesis, inmediatamente después del texto al que hacen referencia.

No se deben usar tecnicismos. Si es estrictamente necesario utilizarlos, se deben explicar el significado del mismo inmediatamente después que es utilizado por primera vez, incluyendo la explicación dentro de paréntesis.

No se debe utilizar términos en idiomas extranjeros. Cuando se hace necesario su uso, estos términos deben presentarse de forma que se diferencien del resto (escribiendo el término en caracteres itálicos si la herramienta lo permite) y deben ser explicados inmediatamente después de la primera vez que son utilizados.

En las fechas, no se deben utilizar abreviaturas para el nombre del mes.

Se deben seguir las reglas sintácticas, gramáticas y ortográficas del idioma español, de acuerdo con la Real Academia Española. Los contenidos deben ser vigentes, relevantes, verificables y completos. Los contenidos que la Presidencia de la República de Colombia ofrezca por medios electrónicos debe ser vigentes, relevantes, verificables y completos, que generen algún beneficio para los consumidores finales y que no dé lugar a interpretaciones erradas. De igual forma, se debe evitar cualquier tipo de distorsión o interpretación tendenciosa de la información que va a ser publicada en medios electrónicos.

Las entidades deben ofrecer solo aquellos contenidos que sean de su competencia y sobre las cuales se tenga completa seguridad en términos de veracidad de los mismos. En caso de ofrecer contenidos tomados de un tercero ajeno a la entidad, se debe incluir la fuente de donde fueron tomados.

Cuando se publique información en forma de artículos, la información debe provenir de fuentes totalmente confiables. Si la fuente no es totalmente confiable o si no se tiene certeza de la fuente de donde proviene, la información debe ser corroborada al menos con tres (3) fuentes adicionales, identificando las fuentes al final del artículo.

Cuando se publique información en archivos para descargar, se debe indicar la fecha de publicación o de su última actualización.

Las imágenes, dibujos, fotos y cualquier otro material gráfico que se utilice, deben estar acordes con los textos y debidamente marcado. Cuando este tipo de material sufre algún tipo de tratamiento técnico (por ejemplo: montajes, composición, transparencias, etc.), se debe indicar claramente en el pie del material que éste ha sido tratado y ha sufrido modificaciones de su versión original.

Antes de ofrecer contenidos, se debe validar la vigencia y calidad de los mismos.

6.3.2.6. *Los contenidos no deben ser ofensivos ni discriminatorios.*

Los contenidos provistos por medios electrónicos por el MinMinas de ninguna forma pueden ser considerados como ofensivos, sexistas, racistas, discriminatorios, obscenos, en la medida que contenidos ofensivos atentan contra derechos fundamentales de los particulares.

En todo momento se debe tener presente que se trata de la imagen del Estado.

Se debe evitar todo tipo de estereotipos por raza, género, religión, origen étnico, localización geográfica, orientación sexual, discapacidad, apariencia física o estrato social.

Los contenidos que se provean no deben reflejar intereses, deseos, gustos ni ningún otro tipo de tendencia de sectores en particular,

igualmente, no deben reflejar posiciones políticas, religiosas, económicas, ni de ninguna otra índole, que puedan indicar preferencias con grupos específicos.

No se deben utilizar regionalismos o frases

Las entidades deben ofrecer solo aquellos contenidos que sean de su competencia y sobre las cuales se tenga completa seguridad en términos de veracidad de los mismos

coloquiales que son de uso común en algún lugar del país pero que en otras regiones pueden ser consideradas ofensivas.

6.3.2.7. *Los contenidos deben mantener la privacidad.*

No se deben ofrecer contenidos que revelen aspectos confidenciales de las personas o entidades, que afecten el buen nombre o que puedan generar efectos legales adversos a las entidades que publiquen la información. Es importante en este punto tener claros conceptos jurídicos tales como indagatorias, llamado a juicio y demás, que de una u otras forma están afectando la condición jurídica de las personas o las instituciones.

No se debe ofrecer contenidos de procesos sancionatorios en trámite, en la medida en que los mismos pueden estar reservados conforme a la ley. En el caso de antecedentes penales o disciplinarios, solo se ofrecerán contenidos cuando se trate de antecedentes definitivos, en los casos en que aplique, se deberán mantener actualizados y se excluirán nombres de las personas cuando los antecedentes dejen de tener vigencia.

En los casos en que se solicite información de los particulares, se aclarará que la misma solo será utilizada para los fines para los cuales se solicita la información y que no será divulgada a terceros sin consentimiento de quien suministra la información, salvo en los casos previstos por la ley colombiana.

6.3.2.8. *Los contenidos deben observar el derecho de autor y de propiedad intelectual*

Las obras protegidas por el derecho de autor

que se encuentren dentro de los sitios Web hacen parte del patrimonio de la entidad pública y por lo tanto son considerados bienes fiscales, razón por la cual su utilización debe estar expresamente autorizada y así mismo se debe informar claramente al ciudadano qué puede hacer y qué no, con el material alojado.

Si una entidad pública desea hacer uso (reproducción, transformación, o puesta a disposición) de materiales y obras protegidas por el derecho de autor, debe cerciorarse de contar con la debida autorización del titular de los derechos sobre dicho material.

La protección del derecho de autor se aplica sobre los textos, imágenes, dibujos, foros y cualquier otro material gráfico, sonoro o visual y los programas informáticos y bases de datos. Cualquier material de este tipo que sea tomado de alguna fuente externa a la entidad debe ser considerado como una cita textual, por lo cual debe ir entre comillas dobles y se debe incluir la referencia del lugar donde fue tomada la cita, con al menos, los siguientes datos: autor(es), libro u otra fuente del cual fue tomada, fecha de publicación.

La protección de los derechos de propiedad intelectual y propiedad industrial se observan en lo relativo a marcas, nombres comerciales, logos, enseñas, lemas, nombre de dominios, secretos empresariales, saber-hacer, diseños industriales, patentes, modelos de utilidad y derechos de autor.

En caso que se detecten errores, omisiones, malas interpretaciones o cualquier situación en la que el contenido quede en duda, se debe corregir esta información de la manera más diligente.

Las obras protegidas por el derecho de autor que se encuentren dentro de los sitios Web hacen parte del patrimonio de la entidad pública y por lo tanto son considerados bienes fiscales

El desconocimiento de las normas vigentes en materia de derechos de autor, derechos de propiedad intelectual y de propiedad industrial puede generar acciones civiles o penales.

6.3.2.9. *Actualizaciones y contenidos en redes sociales*

El objetivo de usar las redes sociales como canal de comunicaciones del Ministerio y de sus voceros se enfoca en dar a conocer de manera efectiva las decisiones de política de la entidad y contextualizar la información que se desprende de la gestión de la entidad.

Mediante el aprovechamiento de las Tecnologías de la información y la Comunicación (TIC), el Grupo de Comunicaciones y Prensa ha dado desarrollo al uso de redes sociales como canales de divulgación estratégicos para exponer a la ciudadanía la gestión de la entidad y de los responsables de la política pública del sector minero energético. En este sentido, el Ministerio de Minas y Energía tiene usuario como entidad en *Facebook*, *Twitter*, y *Youtube*, y la información que allí se divulga responde a los procedimientos establecidos para este fin a través del Sistema Integrado de Gestión (Sigme), el cual se puede consultar el mapa de procesos (comunicación institucional), disponible en el siguiente enlace:

<https://sigme.minminas.gov.co/SIGME/ModuloReportesDinamicos/InterfazUsuario/HomeRepDinamicos.asp?Portal=GC>

En este documento se propone acciones de comunicación digital encaminadas a posicionar la imagen institucional de la entidad, principalmente en el universo digital y las redes sociales.

- > La primera acción de cara a divulgar información en las redes sociales del Ministerio es identificar el objetivo de la publicación con el fin de definir piezas digitales a desarrollar y recursos gráficos que se pueden utilizar.

- > Si bien puede surgir información extraordinaria que requiera divulgación inmediata, siguiendo en todo momento el procedimiento de publicación definido para las redes sociales, cuando se trata de eventos públicos de la entidad, se sugiere que el recibo de la información para elaborar trinos y memes sea por lo menos un día antes que se dé desarrollo al evento.
- > Los trinos y memes se envían antes del evento para aprobación. En caso de tener que realizar ajustes se hacen de inmediato. Esto quiere decir que antes del evento ya están revisados y aprobados los trinos y memes.
- > Los trinos y memes que se utilizaran en la cuenta del Ministerio incluyen mensajes generales que se publicarán mensajes específicos de lo que está ocurriendo y en estos casos se acompañara de fotos que muestren a los seguidores qué está ocurriendo. Se recomienda no utilizar memes en los momentos específicos del evento dado que al ser piezas pre-elaboradas dejan de reflejar la espontaneidad del momento y pierden credibilidad.

6.3.2.10. *Sobre los mensajes del Ministerio, el Ministro y los viceministros*

Liderar debate en redes: los mensajes publicados en las cuentas del Ministerio deben estar alineadas con las cuentas del Ministro y los Viceministros. El Grupo de Comunicaciones será el encargado de la articulación, basado en los lineamientos que den los voceros.

Contenidos equilibrados: la parrilla de mensajes en las cuentas del Ministerio y sus voceros deben procurar información de todos los frentes de la política minero energética y es importante que sean propios voceros los que den retweet a la información que en el grupo se genera. También se recomienda el uso de hashtags y darle desarrollo permanente a aquellos que refuerzan la caja de

mensajes, tanto de Gobierno como del Ministerio.

6.3.2.11. *Seguidores, contenidos y PQR's:*

No sólo se trata de aumentar el número de seguidores, es importante aumentar el nivel de influencia y esto se logra con una interacción permanente entre el Ministerio, sus voceros y sus seguidores.

Cabe mencionar que en el Procedimiento para el Manejo de la Red Social Facebook, así como en el Procedimiento para el Manejo de la Red Social Twitter, se estableció en el flujograma la acción de **Visualizar**, enten-

dida esta como las publicaciones recibidas para conocer la retroalimentación y/o identificar temas que se deban responder o redirigir. Al respecto, se especifica también la acción de **Responder** (retwittear en Twitter) cuando sea viable hacerlo por cuestión institucional (competencia del Ministerio), funcional (competencia del Grupo de Prensa) y técnica (espacio en Twitter), y se establece **Redirigir al Grupo de Participación y Servicio al Ciudadano** si se identifica que se trata de una PQR, la cual será respondida por el Ministerio desde la competencia de este Grupo.

TÁCTICAS DE COMUNICACIÓN EN DISEÑO E IMAGEN INSTITUCIONAL



7. TÁCTICAS DE COMUNICACIÓN EN DISEÑO E IMAGEN INSTITUCIONAL

7.1. OBJETIVO TÁCTICO

Generar piezas de comunicación gráficas que permitan entregar información clara y oportuna de los planes y políticas del Ministerio de Minas y Energía, a los diferentes públicos de interés.

7.2. PLAN TÁCTICO DE COMUNICACIÓN EN DISEÑO

Socializar el procedimiento para solicitud de piezas gráficas impresas y comenzar el proceso de implementación.

Coordinar, junto con la oficina de Planeación, la recolección de la información para las Memorias al Congreso de la República 2015-2016. Realizar el diseño y diagramación del documento.

Solicitar a las diferentes dependencias del Ministerio sus solicitudes de diseño de piezas gráficas para la vigencia.

Actualizar piezas gráficas de Pasa la Corriente.

7.2.1. Actividades por demanda

- > Apoyar el diseño gráfico de las presentaciones de la alta dirección.
- > Realizar el diseño de infografías como apoyo a la divulgación de políticas, planes o proyectos.
- > Diseñar y diagramar libros, cartillas y reglamentos.
- > Realizar el montaje semanal del boletín de Informe de Mercados Energéticos.
- > Diseñar espacios de interacción (stands) y material de exhibición para eventos.
- > Diseñar material POP.
- > Montar invitaciones a eventos.
- > Diseñar material para divulgación vía internet (landing page, banners, iconografía para el portal de la entidad).

7.3. CANALES DE COMUNICACIÓN QUE SE USARÁN

Las piezas gráficas de comunicación que se desarrollarán a lo largo del año pueden ser divulgadas a través de diferentes canales, tanto impresos, virtuales o audiovisuales. La selección de éstos podrá estar a cargo del Grupo de Comunicaciones y Prensa o puede depender de la oficina solicitante.

Por lo tanto, a continuación se enuncian algunos canales que pueden ser seleccionados por los responsables:

7.3.1. Material Impreso

Libros, cartillas, plegables, afiches, etc.

Este material puede ser distribuido en los diferentes eventos a los que se asista o a los que cite el Ministerio, de acuerdo a las necesidades de comunicación.

Los libros y cartillas se utilizan principalmente para suministrar información completa y detallada de los planes y políticas de la entidad, así como para entregar reglamentos técnicos.

Por su parte, los plegables, afiches, o volantes están pensados para invitar a los públicos de interés a tomar una acción particular: realizar inscripciones, asistir a eventos, acceder a subsidios u otro tipo de beneficios, cumplir con los lineamientos de una política, etc.

7.3.2. Material POP

Cuadernos, esferos, agendas, bolsas, pocillos, camisetas, USB, imanes, etc.

Este tipo de material se usa principalmente para divulgación de los canales de atención de la entidad. Es suministrado en el marco de eventos, ya sean organizados por terceros o por la entidad, con el fin de dar a conocer a los públicos de interés las diferentes opciones que tienen para comunicarse con el Ministerio.

7.3.3. Portal web www.minminas.gov.co

A través de este medio se pueden divulgar varios tipos de piezas, entre ellas:

- > Las versiones digitales de los libros y cartillas
- > Banners informativos
- > Infografías y material gráfico para micro sitios enfocados en políticas o campañas particulares.

7.3.4. Redes Sociales y Mailing

En estos medios virtuales de la entidad, se publican infografías que apoyen o amplíen la información de comunicados o boletines de prensa, así como de información de interés para los diferentes públicos relacionados con temas coyunturas de la entidad o del sector de minas y energía.

Adicionalmente, a través del correo electrónico se divulgan boletines institucionales, como el Boletín de mercados energéticos, así como las invitaciones a eventos.

7.3.5. Eventos

Los eventos sirven para suministrar diferente tipo de material gráfico a los públicos de interés. Estos pueden ser organizados por el Ministerio de Minas y Energía, como audiencia pública de rendición de cuentas, inauguración de obras del sector,

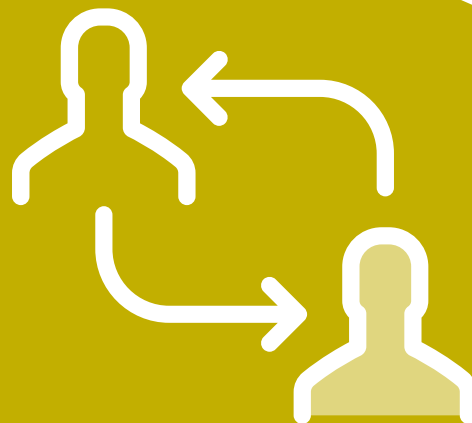
Por una parte, el diseño de los stands, puntos de atención o material de exhibición permite realizar el posicionamiento de la entidad y divulgar los canales de atención.

Adicionalmente, al tener contacto directo con los públicos de interés es posible hacer entrega de todo tipo de material impreso y POP.

7.3.6. Presentaciones de la Alta Dirección

Se refieren específicamente a reuniones privadas con determinado público objetivo, en los cuales se presenta información técnica detallada, que debe ser expuesta de forma muy clara y precisa. Para ello se usa el formato de presentación en Power Point, el cual puede incluir varios tipos de información: gráficas, tablas, infografías, fotografías, etc.

TÁCTICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA



8. TÁCTICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna es el flujo de información dirigido al cliente interno. Se divide entre la comunicación oficial (memorándums, normas, políticas, procedimientos y circulares) y la comunicación no oficial (el intercambio de ideas, opiniones, el desarrollo de relaciones y la conversación personal). Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las entidades de motivar a su equipo humano.

El Ministerio de Minas y Energía construye actualmente un sistema de comunicación interna con los funcionarios y contratistas que le permita tener un flujo constante y efectivo de la información del sector y la entidad, enfocado de manera humanista hacia las actividades de individuo y grupos de trabajo.

8.1. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- > Generar una cultura del buen manejo de la comunicación e información dentro del Ministerio de Minas y Energía.
- > Incentivar el conocimiento de la visión del Ministerio y sus objetivos generales.

8.2. OBJETIVOS TÁCTICOS

- > Crear una política de comunicación para la difusión de información interna.
- > Lograr una evaluación complementaria que permita saber el estado actual del clima laboral.
- > Mantener un seguimiento y mejora continua de la comunicación interna.
- > Brindar visibilidad interna de todas las acciones que realiza la organización externamente
- > Divulgar toda la información de alcance masivo interno y brindar lineamientos para su distribución y publicación.
- > Localizar y conocer líderes por área para la comunicación interpersonal.
- > Diseñar un canal de comunicación abierto y de doble vía con el fin de generar y conocer las opiniones de los colaboradores.
- > Dar a conocer la política informativa de la entidad.
- > Tener conocimiento de todo el contenido informativo que generen las dependencias.

8.3. PLAN DE ACCIÓN

A través del plan se priorizarán las iniciativas más importantes para cumplir de los objetivos y metas. Este se constituirá como la guía

que brindará el marco y estructura de los pasos a seguir tanto para el análisis y diagnóstico como para mantener la visibilidad de la comunicación interna.

8.4. EVALUACIÓN PERMANENTE

Se desea monitorear continuamente el desarrollo de las actividades e información para el buen desarrollo de la comunicación interna.

8.4.1. Objetivos

- > Observar la efectividad del flujo de información interno, tanto en canales como en contenido.

- > Saber el conocimiento los colaboradores frente a la identidad del Ministerio de Minas y Energía.
- > Conocer que tan aplicada se da la comunicación de doble vía.
- > Conocer posibles obstáculos y vacíos del flujo de la información.
- > Observar los hábitos y costumbres internos del flujo de información dentro de la cultura laboral.
- > Evaluar la evolución paulatina de la comunicación dentro de la organización.

CONTROL, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

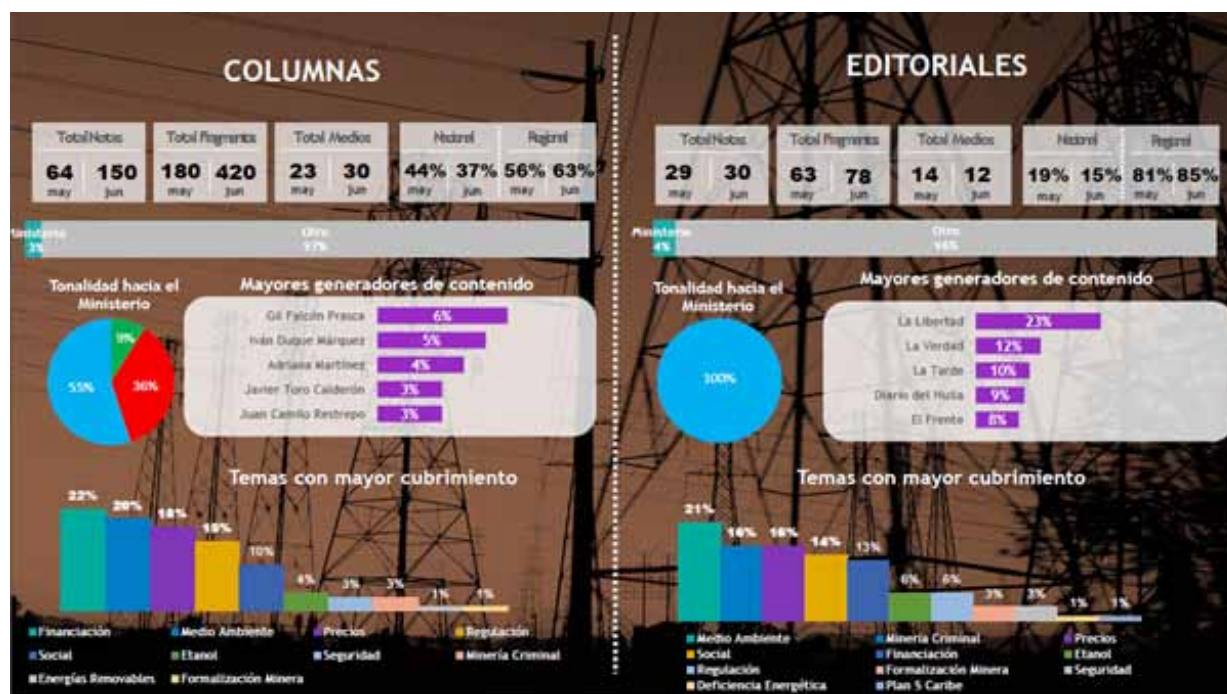


9. CONTROL, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

La Resolución 40089 del 29 de enero del 2016 adopta el Plan de Acción del Ministerio de Minas y Energía para la anualidad y define la planeación como un instrumento de gestión fundamental para orientar el cumplimiento de la misión de la entidad, mediante el señalamiento de objetivos y metas a ejecutar en el respectivo año.

Para completar el análisis y evaluación de la estrategia de comunicaciones, el Grupo de Comunicaciones y Prensa implementó un servicio de análisis, monitoreo e inteligencia de medios que le permite analizar mensualmente los contenidos de publicaciones de cara al impacto causado; medir el trabajo del equipo de comunicaciones con base en criterios previos; tomar decisiones acertadas y aplicables a la estrategia; responder adecuadamente a las crisis coyunturales; y en general comunicar de manera óptima.

EJEMPLO DE GRÁFICA ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN



A continuación un cuadro explicativo de las metas e indicadores del Grupo de Comunicaciones y Prensa para el año 2016, los cuales representan uno de los insumos para realizar seguimiento y control para el cumplimiento de los objetivos del PEC 2015-2016; asimismo para tener control sobre las actividades como sobre las responsabilidades frente a la realización física de lo planeado; y para conocer el impacto de la estrategia planteada como sus resultados.

EjemPlo de Seguimiento a Columnas y Editoriales

Meta	Ponderación Meta	Indicador	Ponderación Indicador	Valor Planeado	Formula	Tipo Indicador	Valor Planeado Trim	Valor Planeado Trim	Valor Planeado Trim
Mantener comunicación efectiva con periodistas, directores o editores de medios de comunicación.	20	[Atención de Entrevista y solicitudes de medios de comunicación]	100	300	Solicitudes de entrevistas de medios de comunicación atendidas	Eficacia	85	85	80
Publicar contenidos institucionales en formato de audio	20	[Publicación de audios o podcasts]	100	60	podcasts publicados	Eficacia	16	16	16
Publicar contenidos institucionales en formato audiovisual	20	[Divulgación de videos institucionales]	100	60	videos publicados	Eficacia	16	16	16
Publicar mensajes institucionales en redes sociales	20	[Publicación en Cuenta del MME en Red social Facebook]	100	600	Mensajes publicados en Facebook	Eficacia	150	150	150
Publicar mensajes institucionales en redes sociales	20	[Publicación en Cuenta del MME en Red social Twitter]	100	7.200	Mensajes publicados en Twitter	Eficacia	1.900	1.900	1.900
Actualización permanente de las carteleros con espacios de retroalimentación para todos los funcionarios	50	[Publicación de contenidos institucionales en Carteleros internos]	100	180	Cartelera actualizadas	Eficacia	55	55	40
Publicar medio de comunicación con direccionamiento estratégico interno	50	[Publicación InfoMinas Express al interior de la entidad]	100	24	InfoMinas Express publicados	Efectividad	7	7	6

Meta	Ponderación Meta	Indicador	Ponderación Indicador	Valor Planeado	Formula	Tipo Indicador	Valor Planeado Trim	Valor Planeado Trim	Valor Planeado Trim
Elaborar, publicar y enviar oportunamente a medios de comunicación, comunicados o boletines de prensa	100	[Divulgación y publicación de comunicados y boletines de prensa]	100	264	Comunicados y boletines divulgados	Eficacia	72	72	66
Ejecución presupuestal del primer indicador de producto de la actividad Divulgar los Mensajes a través de los Distintos Canales y Medios de Comunicación, del proyecto de inversión.	20	[Servicio de divulgación de estrategias de comunicación]	100	1	Servicio de divulgación de estrategias de comunicación prestado	Eficacia	1	0	0
Ejecución presupuestal del segundo indicador de producto de la actividad Divulgar los Mensajes a través de los Distintos Canales y Medios de Comunicación, del proyecto de inversión.	20	[Realización y emisión de programas audiovisuales]	100	4.002.446	Programas audiovisuales realizados y emitidos	Eficacia	0	4.002.446	0
Ejecución presupuestal del indicador de producto de la actividad Implementar un Sistema de Monitoreo, del proyecto de inversión.	20	[Contar con un servicio de análisis y medición de la información]	100	1	Servicio de análisis y medición de la información prestado	Eficacia	0	0	0

Meta	Ponderación Meta	Indicador	Ponderación Indicador	Valor Planeado	Formula	Tipo Indicador	Valor Planeado Trim	Valor Planeado Trim	Valor Planeado Trim
Ejecución presupuestal del indicador de producto de la actividad Realizar un Análisis de la Información Objetiva, del proyecto de inversión.	20	[Elaboración de documentos]	100	4	Documentos de comunicación elaborados	Eficacia	1	1	1
Ejecución presupuestal de los recursos de las actividades del proyecto de inversión	20	[Ejecución de recursos]	100	\$4.000.000.000	Recursos de comunicación ejecutados	Eficiencia	\$80.847.435	\$2.613.171.606	\$1.213.171.606
									\$92.809.351,80